



**Ruta** 2023

Corazones con propósito

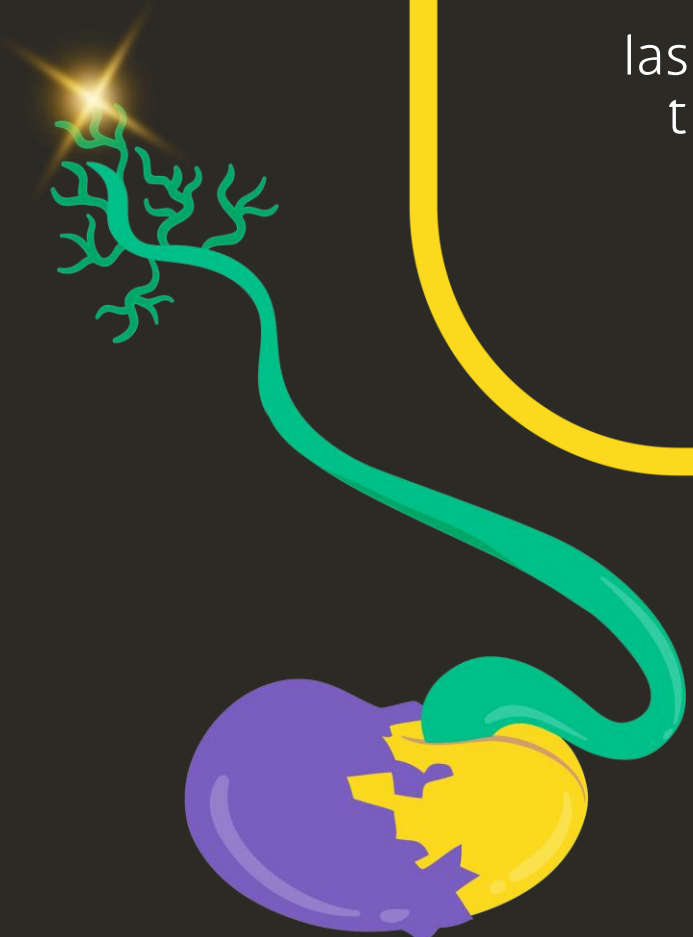
**Vicepresidencia de Negocios**

# Nuestros clientes los protagonistas

**Hace 4 años** nos propusimos entender a nuestros clientes de manera integral, uniendo nuestras bancas para **evolucionar juntos** hacia una sola...

Más **ágil y estratégica** que nos permitiera cerrar silos para movilizar **objetivos comunes**





Ahora, como Negocio, entendemos juntos las necesidades de las **personas**, los **independientes**, las **pymes**, las **empresas** y los **corporativos** y trabajamos día a día para acompañarlos y asesorarlos con **soluciones integrales y a la medida** que nos permitan contribuir a su desarrollo y su bienestar.

¿Qué **hemos hecho**  
y qué **hemos logrado**?

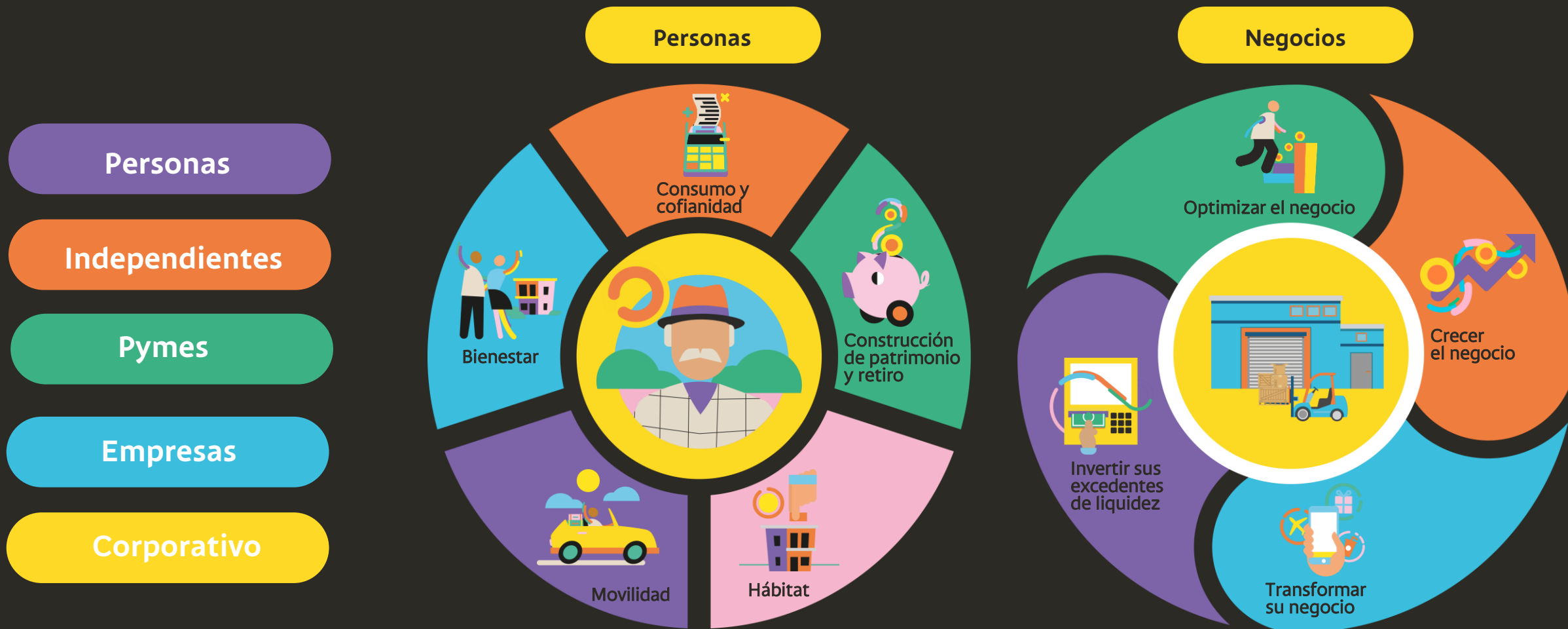


# Reconocimos lo que buscaba la sociedad

Solidaridad contagiosa Inmediatez  
Herramientas digitales Confianza Digitalidad  
Hogares multifuncionales Amor por lo local  
Uso Bienestar Físico y mental Personalización  
Compartido de bienes CONEXIONES Salud prologada  
virtualidad + Empoderamiento Transparencia Sostenibilidad Reinención de la comunicación  
Vida balanceada Diversidad e Inclusión INFORMACIÓN En tiempo real  
Fácil y Simple Ingenio Empresarial Comprador de experiencias Movilidad  
La Hiperconectividad - Es+ elimina fronteras en las diferentes industrias  
¡LO QUIERO YA!

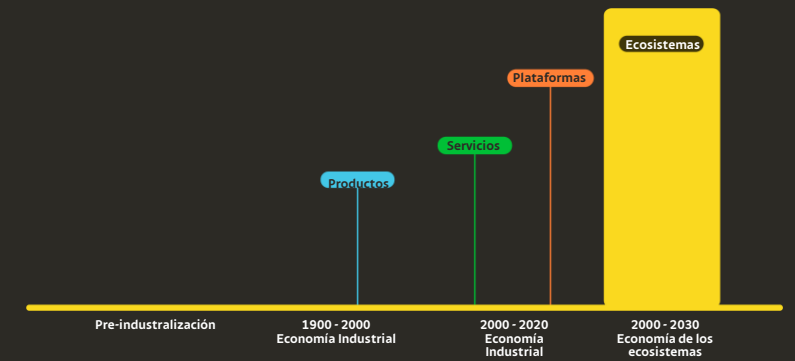
## Evolucionamos nuestra estrategia

# De: Productos + Segmentos A: Estar centrados en la relación



# Evolucionamos nuestros modelos de negocios

La tecnología habilita nuevas formas de desarrollar el negocio financiero.



Fuente: McKinsey

## NACEN los modelos de Plataforma



**1 Banco como plataforma (BaaP)**  
Orquestación de servicios financieros y no financieros, con soluciones propias y de terceros, en canales propios

**2 Banco como Servicio (BaaS)**  
Oferta de productos y soluciones financieras en canales y experiencias de terceros a través de tecnología API

**3 Capacidad como Servicio (CaaS)**  
Generar intercambio de valor con terceros a través de la exposición o consumo de APIs que faciliten el acceso a información, algoritmos, tecnología e infraestructura



# 5 Apuestas digitales

que serán relevantes para  
estos próximos años

**Super App**

**Wompi**

**Supply Chain  
Finance +  
Super Web**  
(SV Negocios)

App  
**A la mano**

**Banking** as  
a Service



**Nos ha permitido**  
alcanzar los siguientes  
**resultados**

2019 - 2022

 **Bancolombia**



## Nuestra evolución en clientes



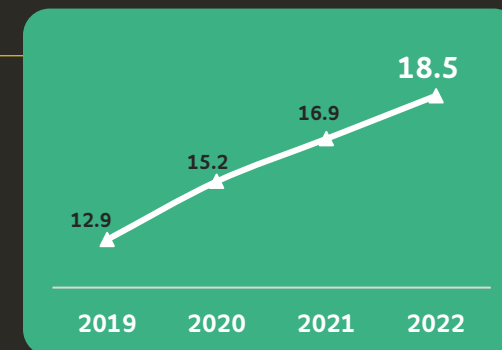
Al cierre del 2019 teníamos aprox **12.9** mill de clientes

**Hoy** tenemos **+18.5** mill de clientes lo que representa:

El promedio de las vinculaciones en los últimos 4 años ha sido de **289 mil clientes**

**44%**

2019 vs 2022

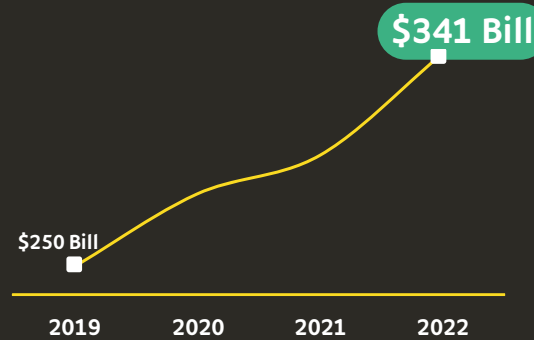


## Nuestra evolución en clientes

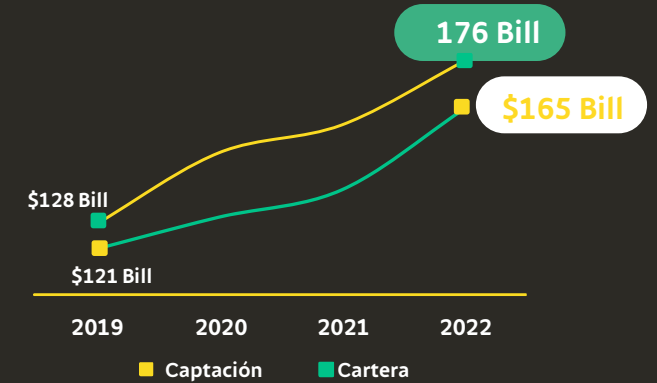


# Evolución en principales indicadores

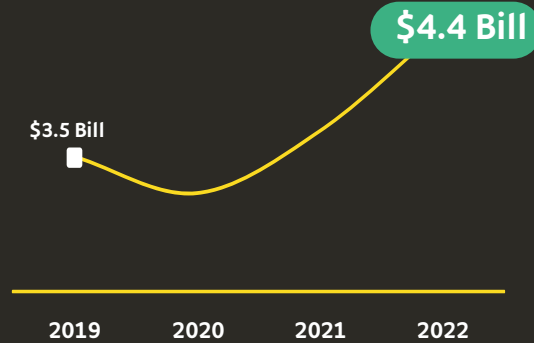
## Tamaño Comercial



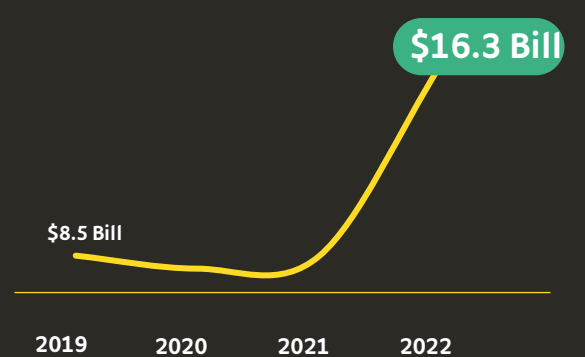
## Cartera y Captación



## Comisiones



## Gestión Comercial ajustada por riesgos



## Personas

Incluye social



↑ 26%

2020 vs 2022

Tamaño Comercial

\$108.5 Bill

↑ 25%

2020 vs 2022

Cartera

\$53.6 Bill

↑ 26%

2020 vs 2022

Captación

\$54.9 Bill

↑ 53%

2020 vs 2022

Gestión Comercial

\$9.0 Bill

## Empresas



↑ 33%

2020 vs 2022

Tamaño Comercial

\$22.8 Bill

↑ 32%

2020 vs 2022

Cartera

\$13.0 Bill

↑ 35%

2020 vs 2022

Captación

\$9.7 Bill

↑ 80%

2020 vs 2022

Gestión Comercial

\$1.3 Bill

## Evolución en indicadores

 **Bancolombia**

## Pymes

Incluye Independientes



↑ 33%

2020 vs 2022

Tamaño Comercial

\$66.4 Bill

↑ 16%

2020 vs 2022

Cartera

\$24.5 Bill

↑ 47%

2020 vs 2022

Captación

\$41.9 Bill

↑ 100%

2020 vs 2022

Gestión Comercial

\$6.1 Bill

## Corporativo



↑ 13%

2020 vs 2022

Tamaño Comercial

\$142.3 Bill

↑ 25%

2020 vs 2022

Cartera

\$73.0 Bill

↑ 3%

2020 vs 2022

Captación

\$69.3 Bill

↑ 71%

2020 vs 2022

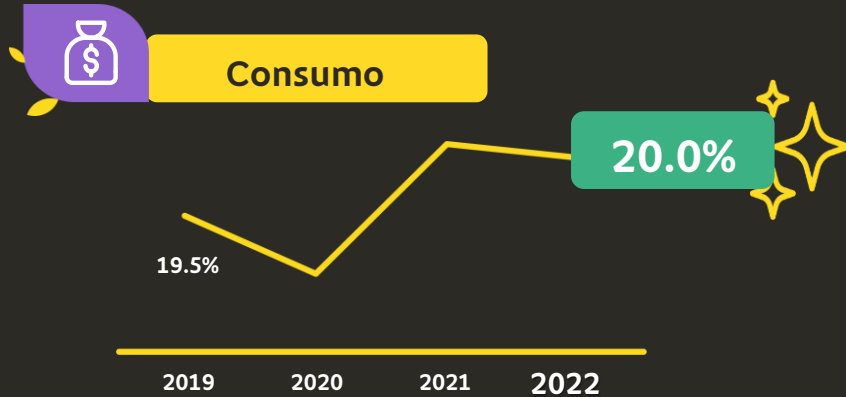
Gestión Comercial

\$4.7 Bill

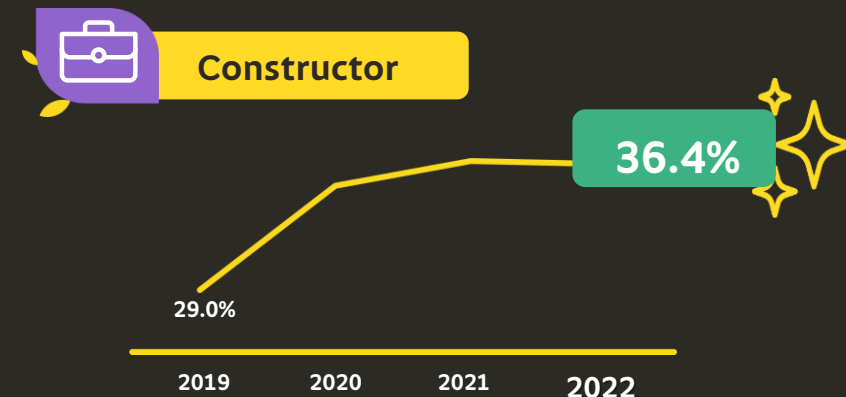
# Liderazgo en el mercado



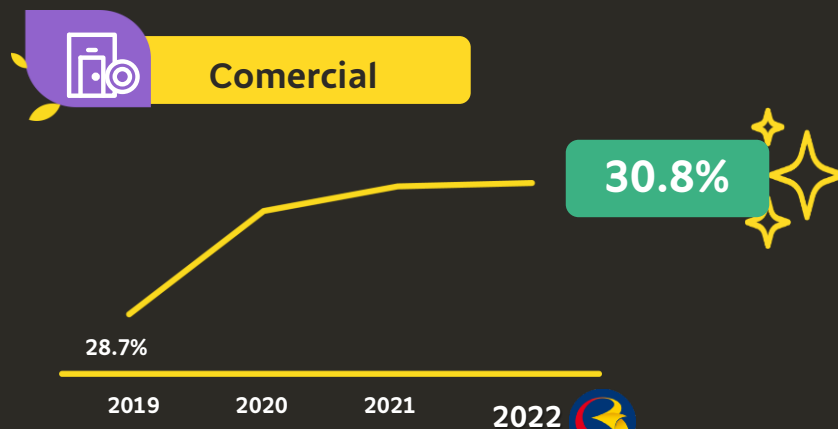
Primero   
Bancolombia



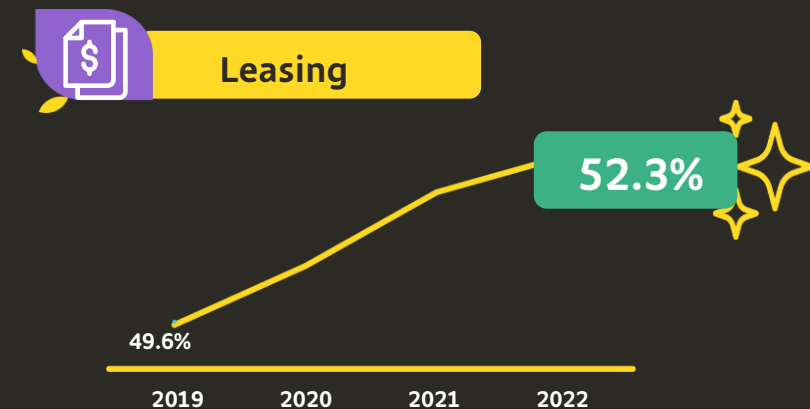
2do: Davivienda (17.5%) 



2do: Davivienda (28.0%) 



2do: Bco de Bogotá(15.7%) 

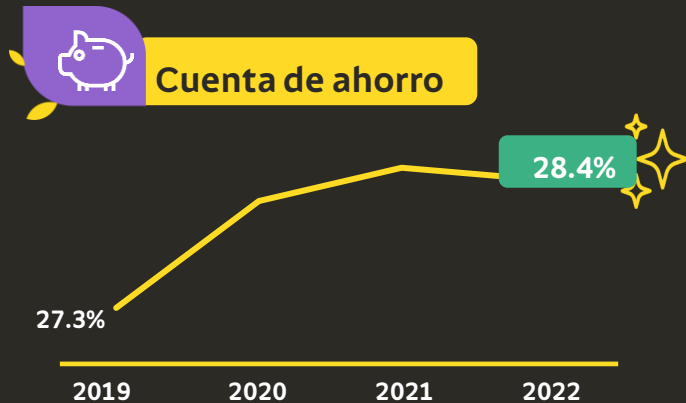


2do: Bco de Occidente (14.6%) 

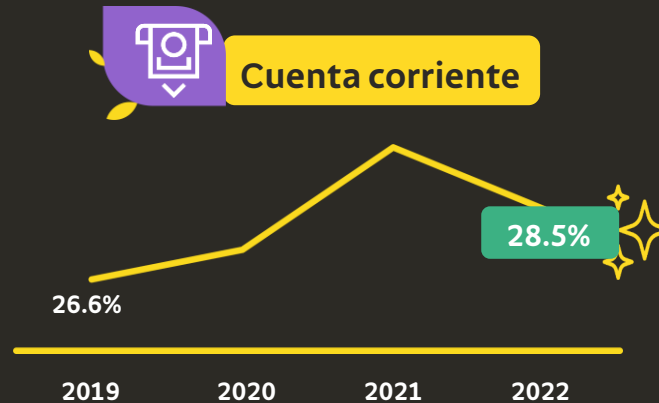
# Liderazgo en el mercado



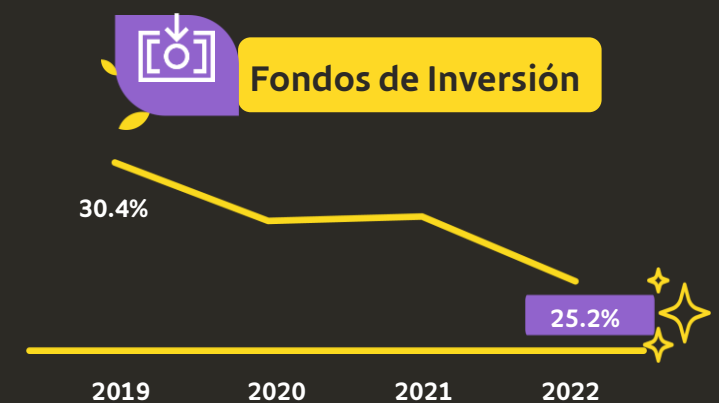
Primero   
Bancolombia



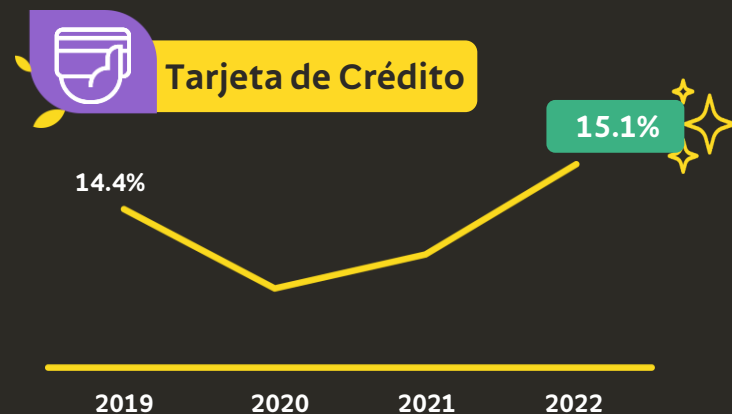
2do: Davivienda (15.2%) 



2do: Banco de Bogotá (14.6%) 



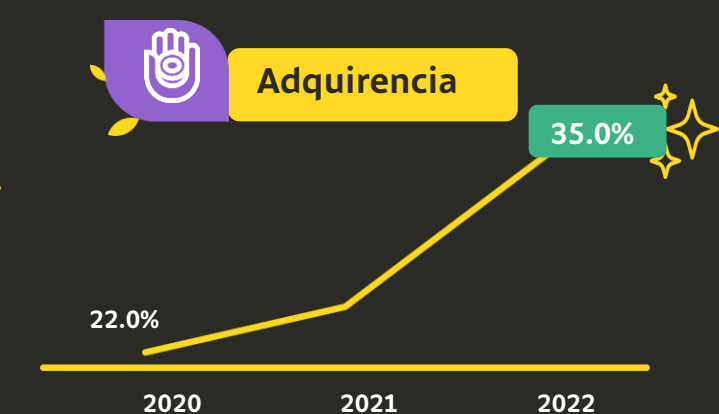
2do: Aval (18.9%) 



2do: Falabella (14.6%) 



2do: Davivienda (21.2%) 



2do: Davivienda (21.2%) 



## Presencia en todo el país



**Corresponsales  
Bancarios**

▲ 65%



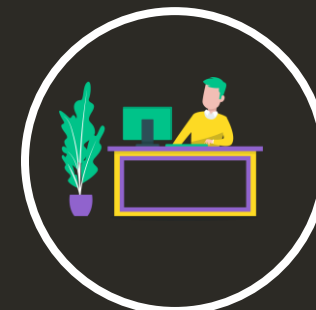
**Kioskos**

▲ 103%



**Cajeros**

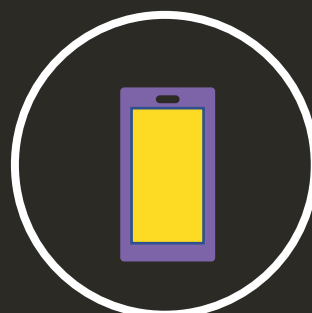
# 1 en Colombia



**Oficinas**



**A la mano**



**App  
Bancolombia**



**App  
Inversiones**

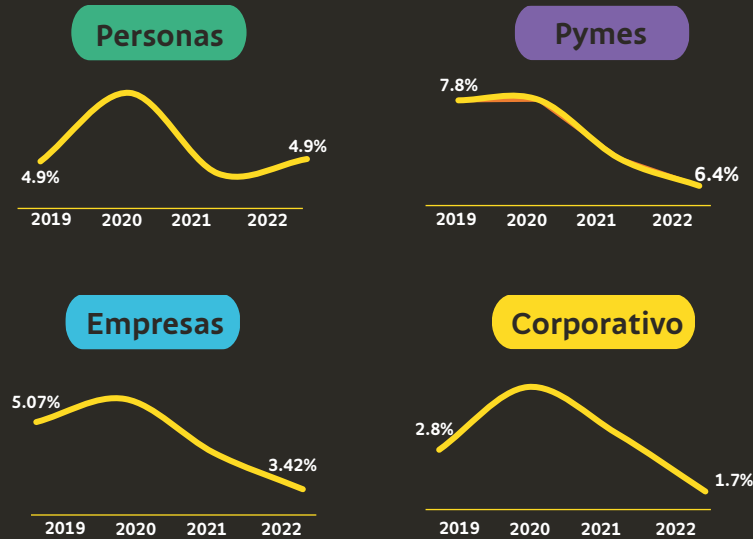


**SV Negocios**

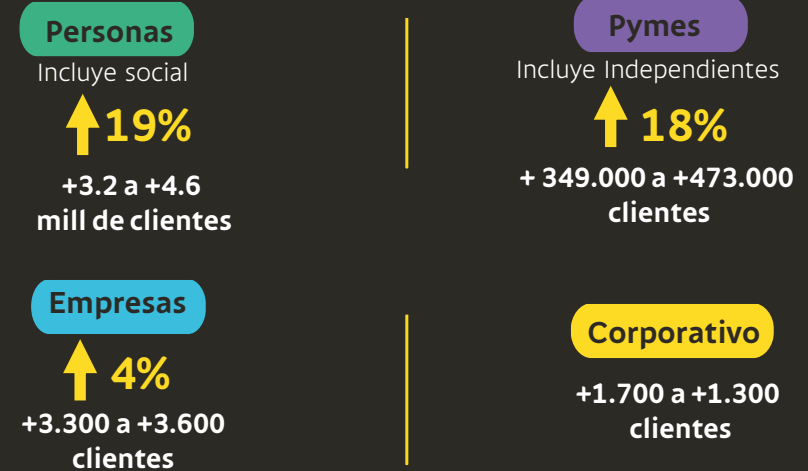
## Canales físicos y digitales

que se ajustan al contexto y necesidades de  
nuestros clientes

# Indicador Cartera Vencida



# Clientes con Preaprobados y Renovaciones



## Respuesta al Frente

2020	2021	2022
71%	75%	84%

## ¿Cómo lo hemos logrado?



**Entendiendo las necesidades de nuestros cliente** para ofrecerles soluciones reales, manteniendo la sostenibilidad del banco



**Alternativas de alivios**  
Reestructuraciones  
Modificaciones  
Prórrogas  
Reperfilación



**Implementación y fortalecimiento del**  
modelo de embajador de cobranza en sucursales

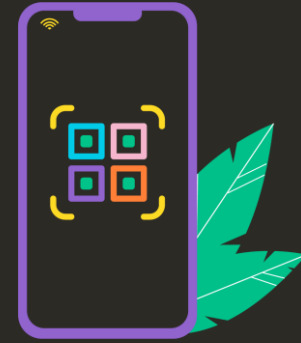


**Modelos de originación**  
Que permiten entender el nuevo riesgo del cliente, siendo más flexibles e involucrando nuevas fuentes de información

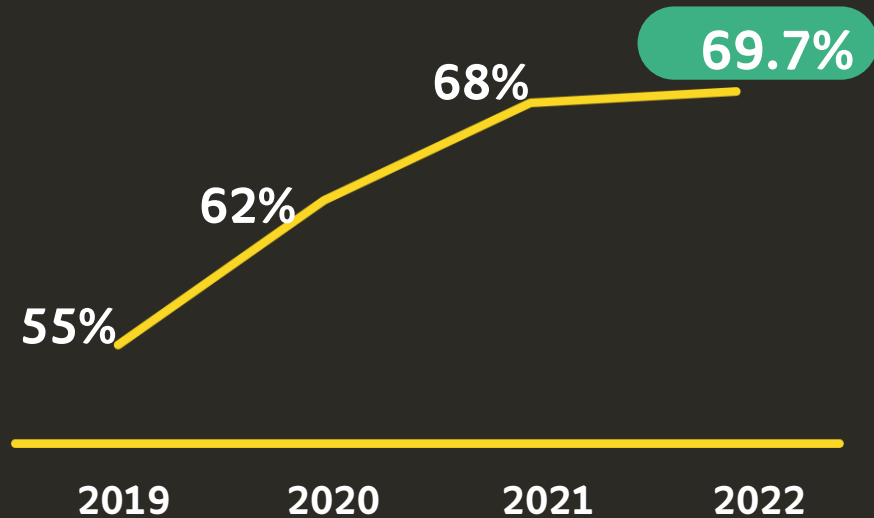


**Mejoramiento de garantías actuales** y mecanismos de mitigación (Coberturas, leasing, fiducias y fuentes de pago)

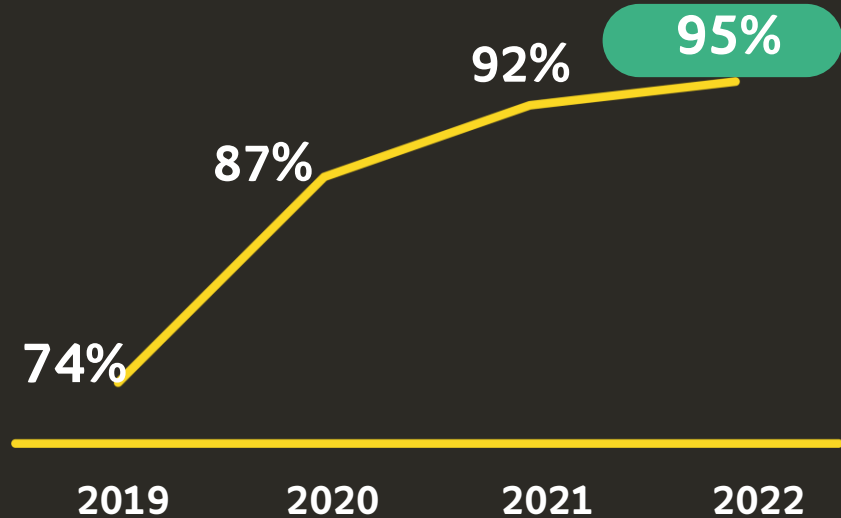
# Adopción digital



## Adopción digital



## Uso digital



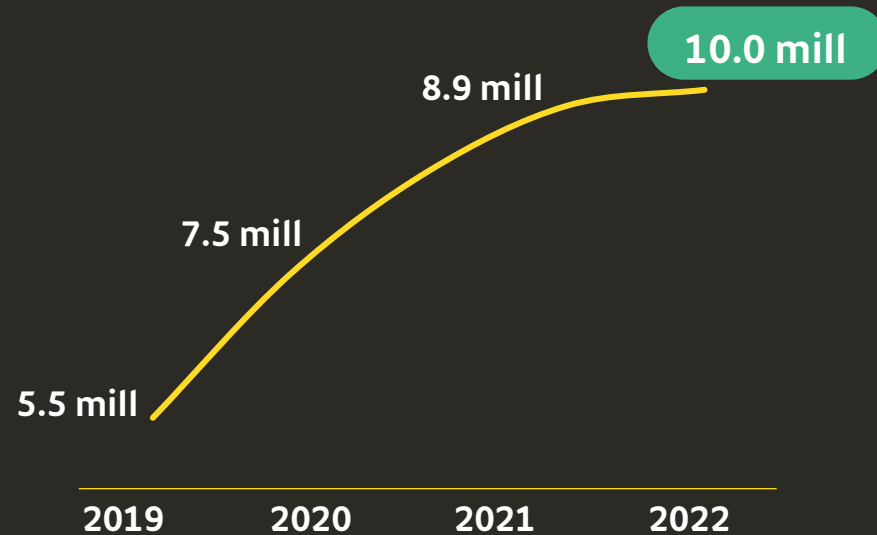
# Adopción digital



## +10.0 Mill

**Cientes** activos digitales

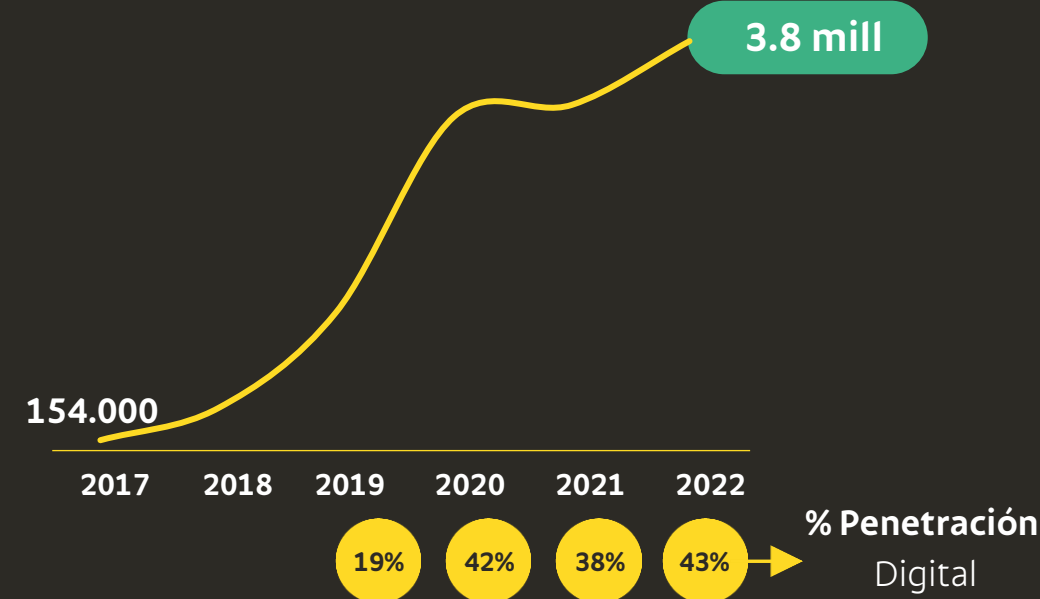
Un crecimiento del **80%** vs 2019



**Ventas** digitales

**Reto 2022**

**3.4 mill** Productos vendidos digitalmente



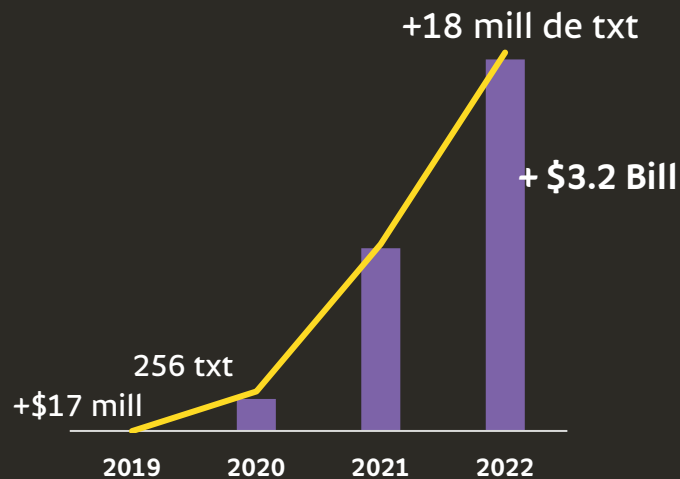
# Pagos digitales



## Botón Bancolombia

**+2.3 Mill**  
Clientes Pagadores

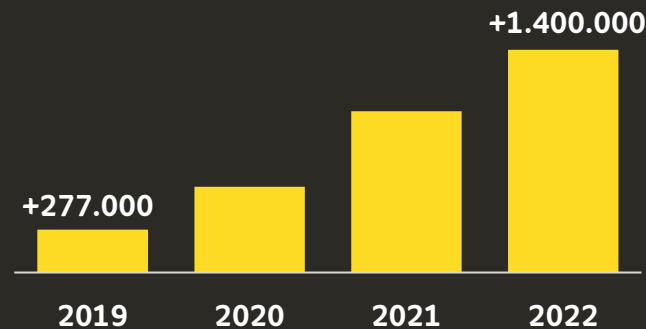
en el 2019 teníamos 155



Facturación total    Cantidad de transacciones

## Código QR

Comercios QR (Acum)



- + 78 millones de transacciones con QR
- + 2.2 millones de pagadores únicos promedio
- + 8.2 billones de flujos movilizados

Cifras acumuladas

## Wompi

2019 vs 2022

### Transacciones

de +8.300 a +40.3 mill  
+482.000% var

### Facturación

de +\$4.400 mill a +\$5.6 Bill  
+126.000% var

### Comercios

de+197 a + 9.500  
+4.700% var

# Declaración de atributos

**Fáciles, Cercanos,  
Confiables y Oportunos**

Para lograr la excelencia hasta en  
los pequeños detalles en la  
relación con nuestros clientes.



# Lograr la **lealtad y preferencia** de nuestros clientes



**Desarrollar capacidades para garantizar** la experiencia del cliente

- La voz del cliente
- Modelo y marco de diseño
- Cultura de la experiencia de clientes



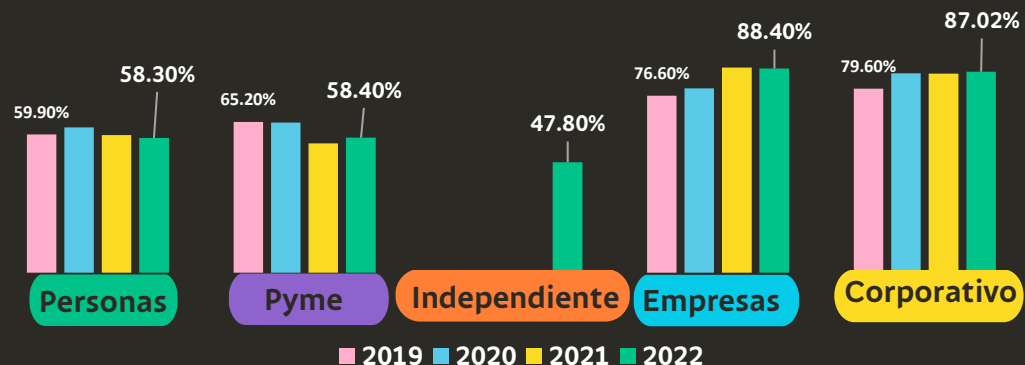
**Cierre de brechas** de experiencias

- Modelo Loyalty Economics
- 5 mayores dolores del cliente




**Empatía y Transparencia**

**Nps Relacional**  
Evolución







Nuestro objetivo de buscar la **preferencia** de nuestros clientes nos invita a garantizar una buena **experiencia** para ellos

Durante el 2023 debemos darle fuerza a **los siguientes temas**



# Mensajes claves

1.

Seamos **banqueros expertos e integrales** que conoce a su cliente y lo apoya con sus diferentes necesidades.

Logrando la profundización, fidelización y rentabilización del cliente.

Apoyando su salud financiera, desde la **originación**, el **mantenimiento** y la **cobranza**, con empatía y transparencia.

2.

Los **flujos** de nuestros clientes circulan por Bancolombia, garanticemos también su permanencia

# Mensajes claves

3.

Entreguemos a los clientes  
nuestras **soluciones digitales**  
para ser adoptadas por ellos

**5 apuestas digitales**

Súper App, App A la mano, Supply  
Chain Finance + Super Web,  
Wompi y Baas

4.

Seamos **actores sociales** de  
nuestro país por esto todos  
los días en nuestro qué hacer  
debemos darle mucha fuerza  
a los **Negocios con Propósito**, a  
los temas sociales y ambientales  
para tener un mejor país y una  
mejor sociedad.

**Inclusión - Agro -  
Líneas Sostenibles**

# Mensajes claves

5.

**Actuemos con una visión  
integral del negocio.**

Somos más potentes y  
entregamos mejores soluciones  
cuando actuamos y gestionamos  
el cliente integralmente.  
Inmobiliario – Movilidad – Pricing  
Nóminas – Factoring y  
Encadenamientos Productivos.

6.

**Direccionemos** y llevemos  
a nuestros clientes a  
utilizar los servicios que  
son mas costoeiciente  
para él y para el banco.



